



Sateenkaariperheet ry:n viestintästrategia 2023-2026

Päivitetty 20.9.2023

Sisältö

1. Viestintästrategian tarkoitus ja käyttö

2. Sateenkaariperheet ry:n toiminta ja viestinnän osa-alueet

3. Viestinnän tavoitteet 2023-2026

- Viestintämme on yhdenvertaisempaa ja vahvistaa kaikkien sateenkaariperheiden ja lapsiperheellistymistä pohtivien sateenkaari-ihmisten kuvaa itsestään oikeanlaisina
- Viestintämme puhuttelee vaikuttamistyön keskeisiä kohderyhmiä ja sitouttaa heitä edistämään tavoitteitamme työssään
 - + Mediaviestintämme saa median nostamaan yhdistyksen strategian mukaisia aiheita esiin ja julkisessa keskustelussa termistömme on vakiintunut
- Viestintämme lisää sateenkaari-ihmisten tietoa lapsiperheellistymismahdollisuuksista
- Tapahtumaviestintämme on yhtenäistä, oikea-aikaista ja strukturoitua
- Viestintämme vapaaehtoisille ja työntekijöille on motivoivaa ja lisää viestintävalmiuksia ja -aktiivisuutta
- Viestintämme on saavutettavampaa

4. Vaikuttavuuden seuranta, arviointi ja mittaaminen

5. Viestinnän kehittämis aikataulu

1. Viestintästrategian tarkoitus ja käyttö

Viestintästrategian tarkoitus on auttaa viestinnän suurten linjojen hahmottamisessa ja arjen työn fokusoinnissa strategiassa asetettujen tavoitteiden pohjalta. Tässä dokumentissa esitellään kuusi (+1) Sateenkaariperheet ry:n viestinnän tavoitetta kaudelle 2023-2026. Jokaisen tavoitteen kohdalla luetellaan keskeisimmät kohde- ja sidosryhmät, ydinviesti, sävy, viestinnän kanavat ja keinot sekä tavoitteen mittarit. Lisäksi on avattu viestinnän osa-alueet sekä seurannan, mittaamisen ja arvioinnin keinot. Dokumentin loppuun on liitetty viestinnän kehittämis aikataulu, jossa kuvataan tavoitteiden edistämisen järjestys.

2. Sateenkaariperheet ry:n toiminta

Tehtävämme:

Sateenkaariperheet ry tekee työtä sateenkaariperheiden ja lapsiperhettä suunnittelevien hyvinvoinnin, mahdollisuuksien ja oikeuksien edistämiseksi.

Lupauksemme:

Ilon, ylpeyden ja turvallisuuden asialla

Sloganimme:

Perheitä sateenkaaren väreissä

Perhe syntyy rakkaudesta

Love makes a family

Sateenkaariperheet ry:n viestintää suunnitellaan ja toteutetaan niin, että se tukee yhdistyksen Strategia 2030:ssa asetettujen painopisteiden toteutumista:



Vaikuttamistyö ja
edunvalvonta



Tiedon tuottaminen
kohderyhmistämme ja
kohderyhmillemme



Lapsiperheellistymisestä
haaveilevien
sateenkaarilasten, -nuorten
ja -aikuisten tavoittaminen,
tukeminen ja kohtaaminen

Viestintämme ydinosaja -alue ja -kohderyhmä



Keinot ja prosessit, jotka tukevat ydinkohderyhmien tavoittamista



Keskeiset osa-alueet



**Viestinnän
osa-alueet**



Sateenkaariperheet ry:n viestinnän tavoitteet



Viestintämme on **yhdenvertaisempaa** ja vahvistaa
kaikkien sateenkaariperheiden ja
lapsiperheellistymistä pohtivien sateenkaari-
ihmisten kuvaa itsestään **oikeanlaisina**

< ydinviesti ja sävy
< kohderyhmät
< keinot ja kanavat
< mittarit
< kaikki tavoitteet

Ydinviesti: “Sateenkaariperheet ry on myös minun yhdistykseni.”

Osa-alue: Viestintä sateenkaariperheille ja pohtiville

Miksi:

Haluamme, että entistä useampi voi tunnistaa itsensä ja perheensä sateenkaariperheiden viestinnästä. Vahvistamme mielikuvaa yhdistyksestä sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen yhteisenä edunvalvojana ja tukijana. Ensikontaktin yhdistykseen tulee olla sellainen, että kohderyhmään kuuluva kokee tulevansa nähdyksi ja edustetuksi. Yhdistyksen TAYV-suunnitelma ohjaa viestinnän tekemistä ja valvoo, että viestintää toteutetaan yhdenvertaisesti - aina moninaisuutta olettaen.

Miten:

Kuuntelemme, varaamme aikaa keskustelulle, mahdollistamme vuorovaikutteisuuden viestinnässä, reagoimme nopeasti, otamme kantaa rohkeasti ja tuotamme sisältöjä kohderyhmien taustojen intersektiot huomioiden.

Kohderyhmät

Kenelle viestimme:

Kaikki sateenkaari-ihmiset lapsiperheineen ja -toiveineen huomioiden erityisesti sateenkaarivähemmistöjen sisäiset vähemmistöt, erit. sukupuolivähemmistöt (ei-binääriset, transtaustaiset ja intersukupuoliset), miesparit ja itselliset miehet, raskauteen kykenemättömät, useamman kuin kahden vanhemman sateenkaariperheet, etniset vähemmistöt, kielivähemmistöt, vähemmistöön jäävät perhemuodot (yhden vanhemman sateenkaariperheet, lapsikuolema-, poly-, uus-, monikko-, sijaissyntyisperheet)

Kenen kanssa viestimme:

Vapaaehtoiset, jäsenet, palveluntarjoajat, muut sateenkaari-, ihmisoikeus-, ja –perhejärjestöt

Keinot ja kanavat

Missä viestimme (kanavat):

Tapahtumat, koulutukset, tapaamiset, kyselyt, sosiaalisen median kanavat

(1. Instagram, 2. Facebook, 3. Twitter)

Fyysiset tilat (omat toimitilat, leirikeskukset ym.)

Verkkosivut (sisältöjen läpikäynti yhdenvertaisuuden näkökulmasta)

Millä keinoin:

Moninaisuuden huomioiminen kuvapankeissa, sosiaalisen median julkaisuissa ja kampanjoissa, vuorovaikutteiset keskustelualustat, somekyselyt, julkiseen keskusteluun osallistuminen, keskustelu ja viestinvaihto sosiaalisessa mediassa (esim. Twitter-ketjut), vapaaehtoisten, työntekijöiden ja hallituksen esittelyt somessa

Mittarit

Mittarit:

- Toiminnassa mukana olevien ja tapahtumiin osallistuvien moninaisuus (erit. 1. sukupuolivähemmistöt, 2. miehet, 3. nuoret, 4. kielivähemmistöt %)

Mittaamisen tavat:

- Sateenkaariperhekysely (perhemuoto, sukupuoli-, ikäjakautuma, kokemus vähemmistöön/vähemmistöihin kuulumisesta)
- Seuraajien orgaaninen osallistuminen ja vuorovaikutus sisältöjemme kanssa
 - sitoutuminen: reaktiot, tallennukset, kommentit, jaot, maininnat, tunnisteiden käyttö (esim. #PerhePride)
 - somevaikuttajien osallistuminen (vaikuttajaviestintä, ansaittu media)
- Palaute tapahtumista



Viestintämme puhuttelee **vaikuttamistyön**
keskeisiä kohderyhmiä ja sitouttaa heitä
edistämään tavoitteitamme työssään

+ Mediaviestintämme saa median nostamaan
yhdistyksen strategian mukaisia aiheita esiin ja
julkisessa keskustelussa termistömme on vakiintunut

< ydinviesti ja sävy
< kohderyhmät
< keinot ja kanavat
< mittarit
< kaikki tavoitteet

Ydinviesti: “Sateenkaariperheet ry on aktiivinen ja asiantunteva yhteistyötaho”

Osa-alue: Vaikuttamisviestintä + mediaviestintä

Miksi:

Vaikuttamistyö ja vaikuttamisviestintä on yhdistyksemme keskeisin tehtävä sateenkaariperheiden ja perhettä suunnittelevien oikeuksien edistämisessä. Yhdistyksen poliittiset tavoitteet ohjaavat vaikuttamisviestinnän käytännön toteuttamista: vuosien 2022-2025 painopistealueena on useamman kuin kahden vanhemman sateenkaariperheiden oikeuksien ja mahdollisuuksien edistäminen. Vaikuttamistyön kolme kohdetta ovat lainsäädäntö, palvelujärjestelmä ja kulttuuri.

Miten:

Yhteistyöhakuisella viestinnällä edesautamme ennakkoluulotonta verkostoitumista ja kunnioituksen rakentumista toisin ajattelevien kanssa. Vuorovaikutuksella luomme siltoja. Viestintä on asiantuntevaa ja perustuu selvitettyyn tietoon, inhimillisyyttä ja helposti lähestyttävyyttä unohtamatta. Lapsen oikeudet ovat aina vaikuttamisviestintämme keskiössä. Mediaviestintä on tärkeä työkalu keskeisten kohderyhmien tavoittamiseen. Ylläpidämme tärkeimpien yhteistyötahojen listaa.

Kohderyhmät

Kenelle viestimme:

Lainsäädäntö: hallitus, kansanedustajat, poliittiset avustajakunnat, virkahenkilöt, ministeriöt, valvontaviranomaiset, lapsiasia-, yhdenvertaisuus-, tasa-arvovaltuutetut

Palvelujärjestelmä: kehittämishankkeet, viranomaiset ja valtion virastot, sote-alueet ja kunnat, tutkijat

Kulttuuriset käsitykset: suuri yleisö, mukaan lukien sateenkaariperheiden läheiset ja työyhteisöt

Kenen kanssa viestimme:

Kumppanuusvanhemmaksi-hanke, Monimuotoiset perheet -verkosto, aktiiviset kansalaiset yhdenvertaisuusasioissa, lapsi-, perhe- ja ihmisoikeustoimijat/-järjestöt, sateenkaari-ihmiset itse, media, vaikuttajat

Keinot ja kanavat

Missä viestimme (kanavat):

Verkkosivut

Yhdistyksen (ja hankkeen) somekanavat (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Tiktok)

Yhteistyöverkostojen tapaamiset, palaverit, tapahtumat, keskustelutilanteet, puhelut, kokoukset, julkisen keskustelun alustat, Palvelujärjestelmään vaikuttaminen koulutuksissa ja kehittämishankkeissa

Millä keinoin:

Kannanotot, lausunnot, tiedotteet, haastattelut, uutiset ja näiden vieminen myös someen, sosiaalisen median julkaisut ja kampanjat, videot, viestintämateriaalit (esitteet, oppaat, ohjeistukset, painetut poliittiset tavoitteet, taustapaperit), lobbaus, vaikuttamistyön uutiskirje, aktiivinen mediatyö ja yhteistyö toimittajien kanssa, juttuideoiden tarjoaminen, mediaseuranta ja relevanttien kirjoitusten jakaminen, mediahaastattelut

Mittarit

Vaikuttamisviestinnän mittarit:

- Yhdistyksen teemat ja vaikuttamistyön kärjet huomioidaan politiikan ja palvelujärjestelmän kentällä

Mittaamisen tavat:

- Yhdistyksen sanaston ja poliittisten tavoitteiden esiintyvyyden arviointi poliittisissa ohjelmissa (lobbauksen onnistuminen)
- Kuulemiset yhdenvertaisuus-, sateenkaari-, lapsi- ja perheasioissa (asiantuntija-asema)
- Päättäjien, kansanedustajien ym. sitoutuminen yhdistyksen viesteihin (some)

Mediaviestinnän mittarit:

- Mediaosumien laadullinen arviointi
- Mediatiedotteet menevät läpi enenevissä määrin
- Yhdistyksen asiantuntijoilta pyydetään haastatteluja (asiantuntija-asema)

Mittaamisen tavat:

- STT:n tiedotepalvelun ja Retrieverin statistiikka



Viestintämme lisää sateenkaari-ihmisten **tietoa** lapsiperheellistymismahdollisuuksista

- < ydinviesti ja sävy
- < kohderyhmät
- < keinot ja kanavat
- < mittarit
- < kaikki tavoitteet

Ydinviesti: “Minulla on oikeus unelmoida”

Osa-alue: Viestintä sateenkaariperhettä pohtiville

Miksi:

Jokaisella yksilöllä on oikeus unelmoida lapsiperheellistymisestä ja yhdenvertaiset mahdollisuudet yrittää. Viestinnällä vastaamme tiedon tarpeeseen ja toimimme kohderyhmiemme rohkaisijoina. Tavoitteen kautta halutaan puhutella erityisesti kohderyhmiä, jotka ehkä ajattelevat, että lapsiperheellistymishaaveilu ei olisi heille mahdollista tai sallittua.

Miten:

Nostamme esiin eri perhetilanteissa ja suhdemuodoissa elävien sateenkaariperheiden kokemustarinoita, puhumme positiivisen kautta, hakeudumme kohderyhmiemme luo, sanoitamme kohderyhmien monimuotoisuutta mahdollisimman laajasti ja inklusiivisesti tapahtumaviestinnässä. Viestimme asiantuntijoina, joilla on tarkkaa tietoa lapsiperheellistymismahdollisuuksista.

Kohderyhmät

Kenelle viestimme:

Kaikki sateenkaari-ihmiset lapsiperheellistymistoiveineen huomioiden erityisesti sateenkaarivähemmistöjen sisäiset vähemmistöt: nuoret sateenkaari-ihmiset, sukupuolivähemmistöt (ei-binääriset, transtaustaiset ja intersukupuoliset), miesparit ja itselliset miehet, raskauteen kykenemättömät, kumppanuusvanhemmuutta pohtivat, kielivähemmistöt

Kenen kanssa viestimme:

Vapaaehtoiset, vertaiset, nuorten pride-verkosto, nuorisoalan järjestöt (Allianssi), nuorisotalot (Loiste), nuorisotyön verkostot, muut sateenkaari-, ihmisoikeus-, ja perhejärjestöt, koulutuslaitos, Väestöliiton seksuaalikasvatusverkosto, somevaikuttajat

Keinot ja kanavat

Missä viestimme (kanavat):

Verkkosivut, viestintämateriaalit (oppaat, oppikirjat), asiakaskohtaamiset, ryhmät ja kurssit, somekanavat (Instagram, Facebook-ryhmät, Tiktok, Discord), pride-tapahtumat, vertaistoiminta ja neuvontapalvelut (omat ja muiden), messut, koulut

Millä keinoin:

Sosiaalisen median julkaisut, tietoisuuskampanjat ja kampanjat, verkkosivujen sisältöjen luominen ja päivittäminen, chat-keskustelut, englanninkieliset sisällöt, kohderyhmään kohdistuvien tietoisuuskampanjoiden määrä somessa ja sitoutuminen näihin, uusien viestintämateriaalien tuottaminen (oppaat), uudet kanavat

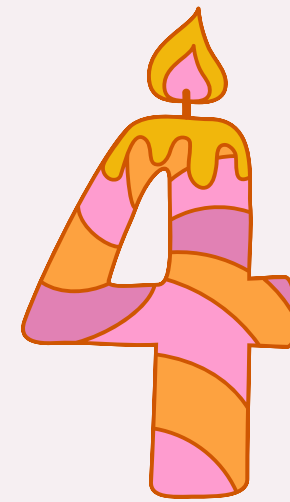
Mittarit

Mittarit:

- Pitkällä tähtäimellä useampi kohderyhmä kokee toimijuutta oman lapsiperheellistymisensä suhteen (asennemittaus)
- Sateenkaarilasten ja -nuorten tulevaisuususko ja lapsiperheellistymishaaveet

Mittaamisen tavat:

- Sateenkaariperhekysely, muiden järjestöjen tuottamat kyselyt
- Ikäjakautaman seuraaminen ja nuorten tavoittaminen somen kävijäseurannan avulla



Tapahtumaviestintämme on **yhtenäistä, oikea-
aikaista ja strukturoitua**

- < ydinviesti ja sävy
- < kohderyhmät
- < keinot ja kanavat
- < mittarit
- < kaikki tavoitteet

Ydinviesti: “Tunnen olevani tervetullut yhdistyksen tapahtumiin”

Osa-alue: Tapahtumaviestintä, markkinointiviestintä

Miksi:

Jotta kohderyhmämme saavat tietoa ja tukea, viestintämme tulee saavuttaa heidät helposti ja oikea-aikaisesti. Yhdistys järjestää vuosittain satoja tapahtumia ympäri Suomen, joten tapahtumaviestinnän kehittäminen ja selkeyttäminen on yksi strategiakauden keskeisimmistä viestinnän toimenpiteistä. Yhdistyksen on tärkeä luoda viestinnällä mielikuvaa valtakunnallisesta toimijuudesta, joka ei rajoitu vain pääkaupunkiseudulle.

Miten:

Viestinnässä kiinnitetään erityistä huomiota tasavertaisuuteen eri kaupunkien paikallistiimien ja tapahtumien esiin nostamisessa. Viestinnällä rakennetaan myös turvallisempaa tilaa, joka kutsuu mukaan toimintaan. Viestinnällä pyritään luomaan mahdollisimman matalaa kynnystä osallistua tapahtumiin, esimerkiksi laadukkaasta etukäteisviestinnästä huolehtimalla ennen tapahtumaa.

Kohderyhmät

Kenelle viestimme:

Kaikki sateenkaari-ihmiset lapsiperheineen ja -toiveineen huomioiden erityisesti sateenkaarivähemmistöjen sisäiset vähemmistöt sekä vanhat ja uudet osallistujat, joille yhdistys ei ole vielä tuttu

Kenen kanssa viestimme:

Vapaaehtoiset, palveluntarjoajat, muut sateenkaari-, ihmisoikeus-, ja –perhejärjestöt ja -toimijat eri paikkakunnilla

Keinot ja kanavat

Missä viestimme (kanavat):

Tapahtumat niin livenä kuin eri verkkoalustoilla
(Zoom, Teams)

Yhdistyksen verkkosivut ja uudistettava
tapahtumakalenteri

Sosiaalinen media (Instagram, Facebook,
Facebookin sisäiset ryhmät)

Millä keinoin:

Etä- ja livetapaamiset,
sähköpostiviestit ja -uutiskirjeet,
julkaisut sosiaalisessa mediassa,
tapahtumailmoitukset

Mittarit

Miten mitataan:

- Tapahtumaviestinnästä saatu laadullinen palaute (Sateenkaariperhekysely, tapahtumien jälkeiset palautelomakkeet)
 - Kyselyissä ei todeta tapahtumatietojen tulevan kohderyhmille liian myöhään
- Tapahtumaviestinnän onnistuminen ja näkyvyys (tapahtumia ei jouduta perumaan vähäisten ilmoittautumisten johdosta)
- Etukäteisviestinnän onnistuminen (ilmoittautuneet saapuvat paikalle vs. no-show %)
- Sitoutuminen yhdistykseen: Yhteydenotot järjestöön ja uudet jäsenet ja vapaaehtoiset tapahtumissa



Viestintämme vapaaehtoisille ja työntekijöille on
motivoivaa ja lisää heidän **viestintävalmiuksiaan**
ja -aktiivisuuttaan

< ydinviesti ja sävy
< kohderyhmät
< keinot ja kanavat
< mittarit
< kaikki tavoitteet

Ydinviesti: “Viestin ilolla ja ylpeydellä osana yhdistystä”

Osa-alue: Viestintä vapaaehtoisille, Työyhteisöviestintä

Miksi:

Työntekijät ja vapaaehtoiset ovat viestinnän toteuttamisen tärkein resurssi ja sujuva tiedonkulku on merkittävä hyvinvointia lisäävä tekijä. Selkeä työnjako helpottaa viestinnän käytännön toteutusta. Henkilöstön ja vapaaehtoisten viestintävalmiuksien kehittäminen lisää viestinnän vaikuttavuutta. Viestintämme tulee olla sellaista, että se vastaa vapaaehtoisten ja työntekijöiden tarpeisiin, palkitsee ja sitouttaa osaksi toimintaamme.

Miten:

Eri toiminnot (Sateenkaariperheet ry, Sateenkaari-ihmisten perhesuhdekeskus, hankkeet) ja vapaaehtoiset toteuttavat viestintää itsenäisesti, mihin annetaan viestintätukea ja -koulutusta. Viestintää kehitetään vuorovaikutuksessa, eli pysähdymme kuuntelemaan toistemme ideoita ja palautetta ja ratkaisemaan ongelmia yhdessä. Viestintämme vapaaehtoisille, luottamushenkilöille ja työntekijöille on positiivista, avointa ja voimavarakeskeistä.

Kohderyhmät

Kenelle viestimme:

Kaikki työntekijät, uudet ja vanhat, mahdolliset tulevat harjoittelijat
Uudet ja jo pitkään toiminnassa mukana olleet vapaaehtoiset, potentiaaliset
vapaaehtoiset, yhdistyksen hallituksen jäsenet ja potentiaaliset jäsenet

Keinot ja kanavat

Missä viestimme (kanavat):

Koulutukset, kokoukset, kehittämistyöpajat, yhteistyöverkostojen viestintäkoulutukset, viikkopalaverit, kuukausipalaverit, sähköposti, muut sisäiset kanavat

Sosiaalinen media (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn)

Vapaaehtoistoiminnan kehittämispäivät, toimintapäivät

Millä keinoin:

Etä- ja livetapaamiset, sähköpostiviestit ja -uutiskirjeet, julkaisut sosiaalisessa mediassa, koulutus- ja esittelyvideot, some- ja kampanjaohjeiden tuottaminen eri toiminnoille, vapaaehtoisten, luottamushenkilöiden, työntekijöiden ja asiantuntijoiden tekemistä avaavien sisältöjen määrä somessa, onnistumisten aukikirjoittaminen ja kannustava puhe

Mittarit

Mittarit:

- 1. Sitoutuminen (vuodet mukana toiminnassa)
- 2. Viestintäosaaminen (tiedot, taidot, osataan nimetä vahvuuksia viestijöinä)
- 3. Viestintäaktiivisuus ja -motivaatio (asenne, kokemus työnjaon selkeydestä)

Mittaamisen tavat:

- Tapahtumien ja projektien jälkeinen palaute, työntekijöiden kehityskeskustelut, viestintäkyselyt, työtyytyväisyyskyselyt, vapaaehtoiskyselyt, kehittämispäivien arviointityö
- Yhdistyksen mainitseminen vapaaehtoisten ja työntekijöiden omissa sosiaalisen median kanavissa ja tämän seuraaminen



Viestintämme on **saavutettavampaa**

- < ydinviesti ja sävy
- < kohderyhmät
- < keinot ja kanavat
- < mittarit
- < kaikki tavoitteet

Ydinviesti: “Sateenkaariperheet ry edistää syrjimättömyyttä kaikessa viestinnässään”

Osa-alue: Viestintä sateenkaariperheille ja -pohtiville, tapahtumaviestintä, viestintä vapaaehtoisille, työyhteisöviestintä

Miksi:

Haluamme tehdä sellaista viestintää, josta välittyy tahtotilamme luoda yhdenvertaisia mahdollisuuksia osallistua toimintaamme ja saada tietoa saavutettavammin. Yhdistyksen tasa-arvo- ja yhdenvertaisuussuunnitelma ohjaa viestinnän tekemistä ja valvoo, että viestinnässä tehdään toimenpiteitä saavutettavuuden edistämiseksi.

Miten:

Saavutettavuuden parantamisen eteen tehdään toimenpiteitä kaikessa viestinnässä, erityisesti digitaalisessa viestinnässä (verkkosivut). Verkkosivujen sisällön on oltava kaikkien käytettävissä ja vastattava kohderyhmien tarpeisiin. Viestinnällä pyritään aina selkeään kieleen. Huomioidaan monikielisyys paremmin.

Kohderyhmät

Kenelle viestimme:

Kaikki kohderyhmämme käyttörajoitteet huomioiden (tilapäiset, pysyvät, etenevät, aistiperäiset ja kognitiiviset, fyysiset, yleisiin digitaitoihin liittyvät), vähemmistöjen sisäiset vähemmistöt (vammaiset ja toimintarajoitteiset henkilöt, kielivähemmistöt)

Keinot ja kanavat

Missä viestimme (kanavat):

Verkkosivut, lomakkeet, viestintämateriaalit (oppaat, esitteet), sosiaalinen media, koulutukset

Millä keinoin:

Verkkosivujen auditointi, konversio-optimointi ja saavutettavuusparannukset, saavutettavuusnäkökulman huomioiminen vapaaehtoisten viestintäkoulutuksissa, visuaalisen sisällön tukena aina sama sisältö tekstimuodossa, videoiden saavutettavuus (tekstitykset, pituus), sisältöjen selkeytys ja jargonista irtautuminen silloin, kun se ei palvele kohderyhmää, monikielisen sisällön lisääminen, saavuttavuusselosteen päivittäminen ja tästä nousevien muutostarpeiden toteuttaminen

Mittarit

Miten mitataan:

- Kerätty palaute kohderyhmältä
(Sateenkaariperhekysely, viestintäkysely)
 - Esim. palaute verkkosivujen selkeydestä
- Osaaminen (tiedot ja taidot)
 - Työntekijöiden ja vapaaehtoisten tuottamien viestintäsisältöjen saavutettavuus
- Saavutettavuuskriteeristön täyttävien sisältöjen määrä eri kanavissa
 - Auditointi

Vaikuttavuuden seuranta, mittaaminen ja arviointi

VAIKUTTAVUUDEN ARVIOINTI

Milloin ja miten:

Viestinnän asiantuntija tekee toimenpiteiden taktista mittaamista alkukeväältä ja –syksystä ja laatii yhteenvedon toimintakertomukseen.

Strategiaa ja sen mittareita päivitetään tarvittaessa vuosittain. Strategisia tavoitteita mitataan ja arvioidaan vuosina 2024 ja 2026 mm.

Sateenkaariperhekyselystä saatujen tulosten avulla.

Viestinnän kehittämis- aikataulu

*Yhdenvertaisuuden edistäminen ja moninaisuuden lisääminen viestinnässä läpileikkaa koko strategiakauden (TAYV)
**Sama koskee saavutettavuutta, mutta suurimmat toimenpiteet (nettisivujen uudistaminen) keskitetään vuodelle 2025

2023

Kehittämiskokonaisuudet:

tapahtumaviestintä, viestintä vapaaehtoisille ja työntekijöille tavoitteet 1*, 4, 5, 6**

Kehittämistoimenpiteet mm.:

Tapahtumakalenterin uudistaminen, työntekijöiden ja vapaaehtoisten viestintävalmiuksien kehittäminen, viestinnän työkalujen vakiinnuttaminen (ks. tosu 2023), palveluista viestimisen kehittäminen

2025

Kehittämiskokonaisuudet:

Viestintä sateenkaariperheille ja -pohtiville, tapahtumaviestintä, viestintä vapaaehtoisille, työyhteisöviestintä (tavoitteet 1*, 6)

Kehittämistoimenpiteet mm.:

Verkkosivujen kehittäminen ja saavutettavuusparannukset

2024

Kehittämiskokonaisuudet: vaikuttamisviestintä, mediaviestintä (tavoitteet 1* ja 2)

Kehittämistoimenpiteet mm.:

Vaikuttamisviestinnän systemaattinen kehittäminen käynnistetään, omat vaikuttamishankkeet, vaikuttamisviestinnän suunnitelma, kirkastetaan vaikuttamisviestinnän kohderyhmät ja kanavat, mediaviestinnän kehittäminen, verkostoituminen, vapaaehtoisten aktivismivalmiudet (ks. tosu 2024)

2026

Kehittämiskokonaisuudet:

Viestintä sateenkaariperhettä pohtiville, sidosryhmäviestintä (tavoitteet 1*, 3)

Kehittämistoimenpiteet mm.:

Sateenkaarilasten ja -nuorten tavoittaminen sidosryhmäpoolia laajentamalla, uusien kanavien käyttöönotto, kampanja sateenkaariperheellistymisestä haaveileville, verkkosivu-uudistusten myötä tieto selkeämmin uusien kohderyhmien saavutettavissa